

## 令和2年 環境生活委員会開催状況

開催年月日 令和2年2月26日(水)  
 質問者 民主・道民連合 広田まゆみ 委員  
 答弁者 暮らし安全局長 柴田 千尋  
 消費者安全課長 鶴ヶ崎 徹

質 問 要 旨	答 弁 要 旨
<p><b>一 第3次北海道消費生活基本計画(案)について</b>                      私の方から、第3次北海道消費生活基本計画(案)についてご質問させていただきます。</p> <p><b>(一) 計画の位置づけについて</b>                      まず、この消費生活基本計画の位置付けなんですけれども、この計画第1章の「計画の策定に当たって」というところを見ますと、「計画の位置づけ」の4点目にですね、第3次計画は、「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に資するものである、とあります。それで、私としては、SDGsは、総合的な、総合的なものではありませんが、持続可能な社会に向けて新たな物差しを設定して、そこに資源や行動を集中させていくべきものと考えております。                      この計画の見直しに当たって、SDGsによって新たに加わったもの、変化したものは何があるのか、まず伺います。</p> <p>29ページの「消費者施策の基本的な方針」第3章のところですね、「施策1 消費者被害の救済」「施策2 消費者教育の推進」「施策3 見守りネットワークの推進と消費者団体との連携」「施策4 公正な消費者取引の確保」、そして「施策5 消費者の安全・安心の確保」ということで、それぞれSDGsのゴールのマークが散りばめられてはいるのですが、この消費生活基本計画だけに止まったことではないのですけれども、道の今までの施策の中の何処にSDGsをぶら下げるか、というか当てはめるか、ということに終始をしていて、私自身は、SDGsという新しい物差しで、今までの計画とかを見直していかなければいけないという観点でお話を伺いました。</p> <p><b>(二) 消費者市民社会形成のための新たな展開について</b>                      今、エシカル消費という概念、コンセプトを此所に入れ込んだというふうにお話ありましたけれども、実際にはですね、エシカル消費というのが書かれた部分は、「消費者市民社会の形成」というところで、いわば啓発的な部分のところの一部を、コンセプトというよりも、言語が、単語が加わったという位置づけにしか私は受け止められないわけです。                      消費者市民社会形成のための新たな展開という観点で伺いたいと思いますけれども、数年前にも私はエシカル消費について質問させていただいたことがあります。消費者教育推進法は、消費者市民社会の形成を掲げているものであります。もちろん、消費者というのは擁護される、守られるものであり、救済されるべきものでありますけれども、同時に、新しい流通の流れを作りうる主体であります。残念ながら、この計画には、エシカル消費や、また、フェアトレードなど、今日的な新しい消費者運動の展開が不足しているように考えられますが、これまで、こうした新たな動きに対して、どのように道として認識をし、それに対してどのように取り組み、今後はどうしていく考えなのか伺いたいと思います。</p>	<p><b>(消費者安全課長)</b>                      第3次北海道消費生活基本計画(案)とSDGsとの関係についてであります。現在、道では、SDGsの視点にも立って各種の施策を展開しており、第3次計画案の策定にあたっては、消費者が社会や環境に配慮した商品・サービスを積極的に選択することで、消費者自身が社会的課題や環境問題の解決を考慮した消費行動を行う「エシカル消費」の概念を新たに導入したところでございます。</p> <p><b>(消費者安全課長)</b>                      「エシカル消費」の取組についてであります。エシカル消費は、SDGsの推進に資するだけでなく、消費者は、自らの行動が経済社会や地域環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に主体的に参画する担い手であるという消費者教育の観点からも重要であると認識しております。                      このため道では、これまでの消費者教育の取組に加え、今後は、エシカル消費に取り組む様々な団体とも連携し、他都府県の事例も参考にしながら、講座やフォーラムの開催、講師派遣や啓発資材の展示・配布、ホームページの作成など、様々な手法により、エシカル消費の意義についても広く普及・啓発し、消費者の社会問題や環境問題に資する積極的な行動を促進する考えでございます。</p>

質 問 要 旨	答 弁 要 旨
<p>計画案だと上から、道庁から啓発するっていう流れになっているというふうに思うのですけれども、実際には、もうすでに起こっている、小さいのだけれども起こっている未来の動きを、どう逆に、そこから学んで、この全体の計画とかの中に入れて込んでいくか、ということが本当は大事な視点なのではないかな、というふうに思っています。</p> <p><b>(三) 見守りネットワークの推進と消費者団体との連携について</b></p> <p>この本題については、後にまた聞きますけれども、次に、見守りネットワークの推進と消費者団体等との連携について伺っていきたくと思いますが、繰り返になりますけれども、今、すでに、小さいけれども起こっている未来の動きについて伺いましたが、ただ、もちろん、この前段の方はかなり詳しくですね、いろいろ意識調査や情勢についてお調べになってこの計画を作られたことは承知しておりますが、その中では、地域では高齢者の相談件数が大変増加している、ということが大きな課題になっているということです。今回の計画を見ますと、私自身も、前と何処が違ったのか、というところをしっかりと見たいな、と思って見ましたら、今回の、この計画を作る大きな柱に、31ページのところでですね、施策横断的な考え方、というところが書かれています。それで、様々な主体のつながりと連携による取組を強化する、消費者の特性に配慮した施策を推進する、地域における人材の確保と道によるバックアップ機能の強化、そして、高度情報通信社会化の進展に伴う消費者問題の複雑化・多様化への対応ということで、この4つの方向性については、非常に同意するところであります。</p> <p>それで、従来の消費者生活の相談というのは、何か問題が起きたときに、相談を受けてそれを救済するところになっていたと思いますが、この計画においては、むしろその問題が起きる前の見守りについて、地域包括支援センター、外部団体というところとも連携しながら、地域消費者被害防止ネットワークを構築するということですが、では、現状の課題と今後、これを実際にどのように取り組んでいく考えなのかを伺ってみたいと思います。</p> <p>これは、皆さん方ご自身が掲げた4つの方向性とか、そこからいきますと、地域における人材の確保と道によるバックアップ機能の強化というところで、見守りの、消費者被害防止ネットワークを構築するということでは、受け手の市町村としては、なかなか人材がいなかったり、消費生活相談員の研修強化とかも非常に重要になってくると思いますし、このバックアップ機能というところでは、広域自治体の道としては、相談も行いますけれども、高齢者といえども、インスタグラムなどを中心に、いろいろ活用されている方も、まだ少数ですけれども増えていっていますし、災害時の、いろいろな情報発信についても、電源が確保されているという前提になりますけれども、SNSも非常に効果を発揮しているというふうに思いますので、道としてのバックアップ機能の強化というところについても、消費生活相談員の、当面の研修の充実と併せてですね、未来に向けての検討も進めたいと思います。</p>	<p><b>(くらし安全局長)</b></p> <p>地域の見守りについてでございますが、高齢者の消費者被害の防止や救済を図るためには、地域の関係機関で情報を共有し、高齢者を見守り、被害に迅速に対応することが必要でありますことから、道内ではこれまで、約半数の市町村において、69の地域消費者被害防止ネットワークが設置されております。</p> <p>一方、その活動につきましては、被害事例の情報共有は行っておりますが、見守り活動を実施していないものや、地域包括支援センターと十分に連携が図られていないものもあると承知しております。</p> <p>道としましては、地域関係者がより一層連携し、高齢者の消費者被害防止等の見守り活動が行われますよう、道警察や関係機関、団体等と連携し、様々な事案や防止対策に関する情報提供や対応策等につきまして助言を行うとともに、引き続き、消費者被害防止ネットワークの新規構築を進め、高齢者をはじめとした消費者被害の防止救済に向けて取り組んでまいります。</p>

質 問 要 旨	答 弁 要 旨
<p><b>(四) 若年層への啓発について</b></p> <p>次に、若年層への啓発について伺っていききたいと思います。消費生活相談の状況から見ますと、若年層の相談件数が大変減少傾向にあると、こちらのところにも報告されていて、課題とされています。いわゆるデジタルネイティブ、生まれたときからSNSがあるとされている世代は、いまや、購買の意思決定は、店舗にも行かず、SNSの口コミ情報から、実際に店舗に物を確認に行くときはありますけれども、実際の購買はネット決済などであると聞きます。それで、企業からの普通の広告などはほとんど信頼せず、従来の消費生活相談では対応しきれないと考えますが、若者の消費生活相談減少の傾向をどのように分析しているのか、まず伺いたいと思います。</p> <p>一方で、少数かもしれませんが、この若年層による新たな消費者運動の展開で、私自身が注目しているのがフェアトレードであります。北星学園、札幌学院大学はフェアトレード大学として、2校一緒に認証されました。これは世界でも、実は例のない認証になります。この学生たちは、SNSなども活用して、様々なフェアトレード情報を発信するだけでなく、実際にスーパーやストアに、夏休みの期間中ですね、ショッピングに足を運んで、実際の商品チェックを行うなどの、実際の活動もしています。ですから、彼らは対策する客体ではなく、彼ら自身を主体とした新たな消費者教育の可能性というところも強く感じるところであります。</p> <p>若年層の対策についてどのように取り組む考えか伺います。</p> <p>(指摘)</p> <p>施策としてはご提案になるのですが、最近ちょっと見れなくなって残念ですが、環境生活部の若手職員の方がフェイスブックで発信をしていたと思うのですが、例えば、環境生活部の若手職員の方たちが、大学生と協働して、フェアトレードだとか、新しい、消費生活でこんなことがありましたよ、だとか、環境生活部として発信したい情報を発信していく、そういう日常的な取組をしていかないと、こういう、今のコロナウイルスみたいな時に、適切な行政からの、今いろいろなデマ情報であるとかも含めて、そのような中での適切な発信ができないと私自身思いますので、是非、今までやってきたことなので、できれば、環境生活部の若手職員と、実際の北星学園、札幌学院大学だとか、大通高校だとか、札幌に偏在をしておりますけれども、地域でもそれを取り組んでいる人たちがいますので、SNSの利点を活用して、逆に、今の若者たちの、デジタルネイティブの人たちの知恵だとかスキルを、逆にこちらの行政の側に取り込んでいくというような試みも必要だというふうに思いますので、それは指摘をさせていただきたいと思います。</p>	<p><b>(消費者安全課長)</b></p> <p>若年者層の消費生活相談等についてであります。道内での29歳以下の消費生活相談件数は、近年減少傾向で推移しており、全国的にも同様の傾向となっております。</p> <p>また、消費者庁の調査結果では、「若者が消費生活相談窓口相談しない理由」として、「相談することの面倒さ」や「公的機関への相談しづらさ」が多くなっております。</p> <p>一方で、フェアトレードなどのエシカル消費推進に関して、若年者層による積極的な活動が行われている実態もございますことから、今後、こうした活動を行う若者との連携や協働なども視野に入れるとともに、若年者層が日常的に利用するSNSなどのコミュニケーション手法を利用した消費者教育や消費生活相談などの在り方についても検討してまいりたいと考えております。</p>
<p><b>(五) フェアトレードの位置づけについて</b></p> <p>最後に、フェアトレードの位置づけについて伺いたいと思います。残念ながら、道庁の中において、フェアトレードの受け取り手というのか、新しいテーマでもあるので、定まらない状況にあります。現時点では、国際交流的な位置づけで、国際課が受け取るようなことになっているのですが、私としてはですね、</p>	<p><b>(消費者安全課長)</b></p> <p>フェアトレードについてであります。開発途上国などの農産物などを公正な価格で取引することで、生産者や労働者の生活改善と自立を支援するフェアトレードは、エシカル消費の取組の一部であり、「持続可能な消費と生産のパターンを確保すること」を目標とするSDGsの達成に寄与する取組であると認識して</p>

質 問 要 旨	答 弁 要 旨
<p>国際理解や、大変なところを支援するという話ではなくて、地域経済や消費、まさに暮らしの話、消費生活の話だと思うのですね。道としてのフェアトレードについての認識と今後どのように取り組むべきなのかを、一応伺っておきたいと思います。</p> <p>(指摘)</p> <p>啓発・情報提供に止まらずですね、是非、自ら新しい消費の流れを作っていく「消費者市民社会」の形成、この法律の本旨でもあります、消費者教育推進法の本旨でもあると思いますけれども、その形成のために、このフェアトレードについての消費生活運動として、しっかり北海道としての消費生活運動として、しっかり位置づける必要があると私自身は思いますので、それを指摘させていただいて、この質問を終わります。</p>	<p>おります。</p> <p>また、こうした意味合いのみならず、購入する商品の品質やデザインなどを評価し、ライフスタイルや消費スタイルの一部としてフェアトレードを選択する消費者もあるものと承知しております。</p> <p>道といたしましては、フェアトレードを含めたエシカル消費の意義や多様な消費選択に対する理解の促進に向け、フェアトレード運動やエシカル消費などに取り組む団体等とも連携し、消費者への啓発や情報提供に努めてまいります。</p>